5G 时代移动客户端时政新闻传播的现实困境及路径研究

范 弋
（山西日报社，山西 太原 030012）

摘　要：5G 时代，传播主体由 4G 时代的人人记者转向万物皆媒，大众需求的垂直化细分与内容的定向传播成为主流，媒介传播力由内容驱动为主转向技术内容并驾齐驱。在这样的背景下，媒介权威性受到挑战、从业者创新难度加大，传播风险因素激增。传播主体只有立足具有自身特点、传播风格化的新闻，立足受众需要生产接地气的新闻，利用技术手段精准化生产新闻，同时做好人才队伍的战略性储备，才有可能真正突围困境，实现发展。

关键词： 5G；时政新闻；新闻客户端；传媒主体；传播风格化　　**中图分类号：**G210.7　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）04-047-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.04.009
本文著录格式：范弋 .5G 时代移动客户端时政新闻传播的现实困境及路径研究 [J]. 中国传媒科技，2021（04）：47-48，51.

chinaXiv:202310.01133v1

信息技术改变人类社会，每一次技术的革命，都极大地调整着人类自身与外界社会的作用方式，使人类获取信息的方式发生天翻地覆的变化。5G 时代对人类社会的最大改变在于速度。在这个时代，网络信息传输速度以百倍级加速扩张，现实社会之中，人与人之间、人与物之间、物与物之间将实现真正的互联互通，“千里眼”“顺风耳”将真正由理想变成现实。而作为人们了解世界的第一道窗口，“时政新闻”也将在 5G 浪潮的冲击下，不断实现自我革命。

1. 5G 时代移动客户端时政新闻传播的新变化

按照大众传播理论，传播者、媒介、受众是传播活动的三大核心要素。[1] 随着 5G 时代新闻客户端内容的极大丰富、信息传输速度的极大加快、信息传播形式日益多元，传统大众传播三大要素之间的相对稳定关系将被打破，传播者与受众之间的界限趋近于无，传播者与受众在媒介接近性方面的鸿沟将被技术手段填平。结合 5G 时代背景，立足当前 4G 时代向 5G 时代改变的过渡期，移动客户端时政新闻传播发生了天翻地覆的变化。

1.1　传播主体由人人记者转向万物皆媒

在人类现代社会发展的很长一段时期内，传播主体都是具有强大权威性、影响力和话语权的大众传媒，其具有很强的行业属性和专业属性。随着 5G 时代发展进程的加速，传播主体性质正在发生激变：单一行业属性减弱、聚合性集团化发展趋势加剧；从业人员的专业属性减弱，综合性业务素养加强，传播主体正在从 4G 时代的“人人记者”向 5G 时代的“万物皆媒”转变。[2] 具体来说，如果说 4G 时代改变的是人们接触和传播信息的方式，即每个人都可以成为新闻传播的主体，作为新闻发送者传递新闻，也就是传统传播主体在角色定位上发生改变的话，那么 5G 时代改变的将是新闻传播主体的性质，即主体定性由“人”向“物”的改变。在这一时代，“去媒介化”将成为主流，“一切物体均可成为信息生产、加工和传播的主体”。[3] 时政新闻传播将不再受到纸张、屏幕、终端的限制，转变为“身边处处有新闻、新闻全时可触碰”的浸润式传播模式。

1.2　受众需求的垂直化细分与内容的定向传播成为主流

5G 时代，受众文化水平的普遍提高、媒介选择性接触的集中度不断增强、群体化社交互动的加强，受众的新闻选择呈现出垂直化细分和精细化传播的特点。垂直化细分表现在受众分类上。[4] 一方面，基于新闻话题对受众自动分类，与某一特定话题相关的受众被自动归为一类。例如美国大选，支持民主党和共和党的受众自动被划归为两类，他们在接受时政新闻内容上，天然地存在不同的内容需求。另一方面，基于受众偏好度主动分类。早期的贴吧、BBS，如今的微信公众号、微博超话等，都是基于受众兴趣建构和维系的垂直化受众群体，这种划分是受众主动选择的结果，其在时政新闻内容接触上也存在显著不同。精细化传播表现在受众对媒介从业者传播内容的定向要求上，由于受众垂直化细分程度加强，要求传播者在时政新闻转变中更加重视个性化、小众化的转型，报道角度选择变得尤为重要。

1.3　媒介传播力由内容驱动为主转向技术内容并驾齐驱

长期以来，“内容为王”都是专业时政新闻的重要着力点，技术在其中扮演着“催化剂”“助推器”的辅助角色，更多地发挥着“工具”的作用。在 5G 时代，技术俨然已经成为了时政新闻传播的直接“参与者”，甚至在很多场景下扮演着“指挥官”“参谋长”的角色。[5] 移动客户端“今日头条”就是以技术为主导的代表，其基于数据挖掘技术，为用户推荐有价值的、个性化的信息，提供连接人与信息的新兴服务，可以精准定位和推荐受众所需要和喜欢的内容。这种基于数据挖掘技术的个性化推荐引擎产品，与传统的人工信息筛选相比，在信息量、速度、精准性、多元化上均做到了遥遥领先。可以说，5G 时代技术对于媒介传播力的影响已经可以与内容的影响力并驾齐驱，内容也只有依托于技术，才能够更好地体现其自身价值。

2. 当前移动客户端时政新闻传播的现实困境

当前 5G 技术虽已开始在移动客户端时政新闻传播领域

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:202310.01133v1

渗透，但更多地停留在理论和试验层面，应用面尚窄。因此，专业新闻从业者在传播活动中的地位依然不可替代。有鉴于此，本文从现阶段传播主体角度出发来进行困境分析。

2.1　媒介生态泛化，媒体权威性遭受挑战

媒介生态泛化主要体现在媒介专业性的泛化、传播渠道的扩张和社会责任的泛化三个层面。[6] 媒介专业性的泛化是指专业新闻从业者策划、采访、写作、编辑、评论技能的不再唯一化。在这个信息大爆炸的时代，新闻专业背景不一定是新闻从业者的标配，具有对口专业的人，只需接受一定的职业教育，就能够在专业新闻领域做得更加出色。传播渠道的扩张是指在传媒集团化的背景下，商业化的传媒运作使得大型传媒集团得以吸纳各行各业的优秀人才，许多传统媒体的老牌从业者转型为商业媒体人，使得媒介资源跳脱出新闻领域，而呈现全行业遍地涌动的局面。社会责任的泛化是指在时政新闻传播活动中，新闻的“第四种”权力在面对汹涌的社会舆论大潮时，经常处于被动地位。因此，媒介生态泛化所带来的直接后果，是媒介权威性受到影响，时政新闻传播困难加大。

2.2　市场竞争加剧，从业者创新难度加大

移动客户端市场竞争的加剧一方面表现在传统媒体移动客户端与新闻媒体移动客户端之间竞争的加强，另一方面表现在媒介集团化背景下中小型媒体的生存空间受到挤压。比较而言，腾讯新闻、今日头条等互联网新闻客户端的灵活性和创新意识更强，但在内容准确性、权威性和深度方面处于劣势；《南方周末》《参考消息》等传统媒体新闻客户端的内容深度和新闻来源权威性方面更强，但在传播时效性、传播角度和内容表达呈现方式的创新方面处于劣势。互联网新闻客户端在不具备政策倾斜性的情况下能够杀出一席之地，已经说明了其在市场竞争中具有优势。传统媒体客户端如何放大政策优势、弥补创新劣势，是其市场搏杀应当考虑的重点。此外，媒介集团化的发展趋势势必导致“强者愈强、弱者淘汰”的优胜劣汰局面，小型新闻媒体想要在市场竞争中抢占一席之地变得难上加难。

2.3　“舆论战”升级，传播风险因素激增

时政新闻因其话题敏感性、利益关联性和现实接近性等特点，具有很强的群体关注度。群体关注度越高，其所产生的舆论场效应必然越大，其后导致的连锁反应不论正负与否，都将被成倍放大。因此，5G时代在网络舆论产生和舆论引导的过程中，“塔西佗陷阱”效应明显，传播主体所面临的风险也成指数型增长。以2020年年初新冠肺炎疫情相关舆论的发展来看，就经历了一个“由混乱到清晰”的过程。疫情伊始，舆论撕裂、对峙、谎言满天飞、新闻事实支撑量不足等原因，使得国内社会出现短期混乱、群众出现一定程度的恐慌。所幸疫情防控进入攻坚期后，各地各部门常态化的疫情新闻发布会和网上发布会及时回应了社会关切，基本保障了舆论社会的平稳运行。

3. 5G时代时政新闻搭载移动客户端实现突围的关键路径

面对当前移动客户端时政新闻传播困境，要在激烈的市场竞争和内外部风险因素的不利影响下立足于不败之地，需要同时在传播主体、受众、媒介技术三个维度出发寻求解决之道，同时兼顾新时代人才队伍的培养。

3.1　从传播主体专业性出发切入风格化的时政新闻

在“万物皆媒”和媒体专业权威性遭受挑战的双重夹击下，时政新闻传播主体要想求得生存空间，就要用风格化手段放大自身的主体专业性。一方面，重视视觉形象呈现的风格化，即从编辑角度的风格化。应充分运用线条、色彩、图片、图形等版面元素，结合自身新闻客户端对时政板块的定位和传播目的，形成独有的视觉标识。应结合社会热点做好平台版面风格的适时更新，在社会热点与自身特色之间寻求一种平衡。另一方面，重视报道角度的风格化。以《南方周末》为例，其以“在这里，读懂中国”为追求，以“正义、良知、爱心、理性”为基本理念，在秉承严肃新闻大报基本定位的前提下，形成了别具风格的时政新闻报道体系，在市场竞争中具有极大的引领力。

3.2　从受众个性化需求出发切入接地气的时政新闻

受众需求垂直化细分和内容定向传播要求的背景下，找准“受众到底需要什么样的内容”是赢得市场地位的关键。5G时代填平了技术鸿沟，使得受众不再满足于被动的信息获取，他们渴望作为参与者见证甚至改变时政走向，因此，接地气的时政新闻往往更能够满足受众需要。在这个低端时政新闻产品结构性过剩而优秀产品实质性短缺的大背景下，新闻媒体应该注重扬长避短，关注受众消费、心理、行为方面的深度需求，对目标受众群体进行更为精准的定位，形成稳定的受众群体。[7] 要注重受众体验，将受众作为时政新闻的直接参与者，使新闻呈现方式变得触手可及，深度体验和互动变得轻而易举，融新闻内容、社交场景和服务介质于一体，在润物细无声中，达到时政新闻的既定传播效果。同时，还要充分利用议程设置和意见领袖的引领作用，将受众需求固化和扩大化，并进一步扩大受众群体。

3.3　从技术延展性角度出发切入精准化的时政新闻

精准化的时政新闻具体包括上层建筑和经济基础两个维度。上层建筑——指充分利用技术手段进行舆论引导。传统媒体的舆论引导出发点，主要取决于当时的新闻热点、宣传管理部门的指令或编辑经验，在5G时代，新闻热点和宣传制定的制高点均可以通过关键词比对等技术手段提前抢占，对于敏感性较强的时政新闻传播来说，传播者尤其要加强这方面的技术投入，利用技术手段抢占舆论话语权，做好舆论引导，避免“舆论战”的发生。经济基础——指通过“专业生产+社会生产+机器人生成”的模式，对脑力工作实现大范围的替代。一方面，采用“今日头条”新闻精准化投放模式推动新闻，提高工作效率。另一方面，目前新闻机器人既可以生产快讯，也可以生产深度报道，且文风多变，写法多样。从业者要先于竞争者运用机器人进行新闻生产，从而抽身于日常工作，为受众提供技术手段所不能满足的独家新闻、深度报道和创新性新闻，以满足受众更加精准化、多样化的需求。

3.4　从媒介环境适应性出发塑造“未来型”人才队伍

5G时代，技术的价值虽然被无限放大，但技术终归是人脑创造的结果。技术是移动客户端新闻传播的重要

（下转第51页）